た。3月15日から全国発

チルドが圧倒的優位に立

消費増税時ポイント還元

向けの同事業を「極めて

要望内容は①還元対象

有効な政策」と高く評価 | 店舗が消費者の目から見

C系などの中小スーパー

元に対する強い懸念もあは中小限定のポイント還

舗を限定した場合、公正 るポイント還元の対象店 が、消費者価格に直結す

祭など地域の行事食と

されてきた▼試食の際

にまず驚いたのが見た

ト協会の加盟企業はCG

その一方で小売業界に

、の政策的配慮は必要だ

消費増税時の中小小売

全国スーパーマーケッ | が相次いでいる。

小売の主張、真っ二つに

つジャンルでもある。

東洋水産の新製品は、

「日清のその

パーが加盟する日本チ 導入しやすいよう、契約 このところキャッシュレ 混乱が予想されるほか、策を求めるもの。有力ス 業者がキャッシュレスを への関心が非常に高く、 分かりにくく、消費者のする一方、現場で混乱が て分かりやすいようにす が大多数を占める。この 元に対する強い懸念もあする一方、現場で混乱が て分かりやすいようにす が大多数を占める。この 元に対する強い懸念もあする一方、現場で混乱が て分かりやすいようにす が大多数を占める。この 元に対する強い懸念もあする一方、現場で混乱が て分かりやすいようにす が大多数を占める。この 元に対する強い懸念もあする。

スの導入手続きなどに関

円)を追加すると発表し

の主役冷し中華。 茹でず

売する。夏場のチルド麺

はこれまで「流水麺」

ほぐす必要がなく、スートまんま麺」と同様、水で

麺カテゴリーの冷し中華に食べられる即食チルド

2 人前」 写真」「同

(税別300 ごまだれ

最大限発揮できるため、 う即食チルド麺の特徴が でずに食べられる。とい ある「冷し中華」は 麺カテゴリー夏の主役で ド麺市場。特に、チルド係者)とされる即食チル

に提出した。中小事業者 に分かれた。
全国スーパーマーケッとはこ を世耕弘成経済産業大臣 ており、主張が真っ二つ 小売の主張、パーマ イント還元について、円 から対象を中小に限定し 小規模事業者に追加的なパーマ イント還元について、円 から対象を中小に限定し 小規模事業者に追加的なよ国ス マッシュレス決済時のポーは、公正競争確保の観点 事業期間終了後に中小・全国ス マッシュレス決済時のポーは、公正競争確保の観点 事業期間終了後に中小・全国ス マッシュレス決済時のポーは、公正競争確保の観点 事業期間終了後に中小・

|から対象を中小に限定し|小規模事業者に追加的な|求めている。

う、速やかな環境整備を

律の支援策を求める連盟 惧し、昨年12月20日、

要望書を世耕経産大臣に

の導入を完了できるよ

導入を完了できるよ トア協会はこの問題を危ド会社との契約や端末 日本チェーンドラッグス

競合カテゴリー

に対し、

東洋水産は2月25日、

り、前期比5割増も期待 る市場活性化効果もあ

全スパ協が要望書

間内に中小スーパーがカー末までの限られた準備期ーること――の3点。9月 た

ペーパーマーケット協会、 ーンストア協会、日本ス

もあるからだ。日本チェ

経産大臣に円滑実施求める

できるのでは」(業界関

追い風に「2019年度

世の簡便・即食志向を

ニーズにも対応した。

「日清のそのまんま麺」と踏みする形となる。

定を上回る伸びを示す可

得した。この特許取得に一

2012年に発売開始

負担が生じないようにす | 価格競争に発展する恐れ

ドネシアでの特許権を取

求する。

ブランド認知度、店頭

東洋水産が冷し中華を |冷し中華 醤油だれ」 |

は新規参入メーカーによ

東洋水産が冷し中華投入

カテゴリー最激戦区

即食チルド麺

し中華の露出が拡大する 人を受け即食チルド麺冷が、大手2社の新製品投 「流水麺」が優位に立つ

世の簡便・即食ニーズ

THE JAPAN FOOD NEWS

産の新製品投入を受け、

気にチルド麺カテゴリ り長期の15日、約2週間にの新製品投入を受け、 分包。賞味期限を競合よ

最激戦区に躍り出る。 | とすることで、買い置き

ド)の新規参入、東洋水 | べ切りサイズの麺を1食したま麺」(日清食品チル | 麦を100%使用した食

スターバックスコーヒージャパン

のプロセスが見られる体験型店舗 豆がカップに入るまでの焙煎や抽出

発行所 食品新聞社

自然の恵みを美味に育んで、

かすのり 皆様にお届けしたい

青海苔専門問屋 株式 カメセ 水 産 発社 カメセ 水 産 東京 紙 4 集 区 場 エ 1 - 4 - 8 下 1 0 3 - 363 | 7 303 | 9 062

中部みそ・醤油

くもり経るあめ 傾向続く。小売再編 で地場流通市場混迷。

きょうの主な内容 ⑤ 中部みそ・ 醤油特集



の本格的なイタリアンプチ」ベーカリーは手作りで

内向けの豆を焙

岡田部長が 社長就任

ビオセボン・ジャポン

すけっと (15年3月)、 の長男で、1983年8 也イオン代表執行役社長 岡田新社長は、岡田元

焙煎機導入した大型体験型店舗 中目黒に「ロースタリー」開業

京=写真」を2月28日に東京・中目 黒にオープン。世界各地のコーヒー 層に異なる体験が可能な4階建て が自家焙煎に大きく舵を切った。 (延床面積約3千㎡) の「スターバ スターバックスコーヒージャパン ロースタリー東

の鮮度とともに ンドは3種類で、このう Vを使ってきた コーヒーが楽しめる。 ブを使ってきた コーヒーが楽しめる。 ブースタリー限定プレ を

を組み合わせた「TEA インブ、特別なシロップなど る。

インスピレーション

同フロアの「AMU

に楽しめる。

2階はフルーツやハー

焙煎工場を意識 ショートサイズ920

ルサイズ960

は16種類。テラスのある20種類用意しており販売

た、スペシャルティコー

新しい体験、温かい体験 | 開発。 日本国内では17年

という意見を受けて

つ。店舗をデザインした | 外では米国、台湾に続を届けていく | とあいさ | 1月に特許を取得し、海

ヒー協会公認予定のコー

建築家の隈研吾氏は、モ

き、今回インドネシアで

セミナー

など開催。ま

らにチャレンジを続け、

りに、音楽コンサ

「体験」を通じ | ちグラビタスブレンドは | める専門フロア。紅茶は

ンドは3種類で、このう V

ANA」の紅茶が楽し

|催予定のイベントを皮切|しい体験ができ、イノベ|する消費者からの「こう」ウンジ」は、今年4月開|ロースタリー東京は、新|ースト状の塩こうじに対

」 じの粒が苦手、使いにく する消費者からの「こう

設。ここはスターバックス初のスペ やイタリアンベーカリー「プリン た世界最大の「ティバーナ シャルティコーヒー協会(SCA) 域とつながるイベントのための「イ チ」も日本初上陸。さらに社会や地 ンスピレーション ラウンジ」を併 紅茶やグッズ類などを販売。ま 100種類以上の限定のコーヒ

間

ル、上海、ミラノ、ニュ | -] による焙煎の様子もた店舗で、東京はシアト | トG―120ロースタ 座に1号店を開店して以|器具が指定でき、ロース日本では1996年に銀|は、抽出方法やコーヒー ーヨークに続く5番目。 イノベーションを象徴し初めて開業したコーヒー 2014年にシアトルで ーブ ロースタリー スターバックス ち、最大し

可能な焙煎機「プロバッ 蔵庫が4階までそびえ立 見学できる。メーンバー たキャスクと呼ばれる貯 **一階には銅板で作られ** 8㎏の焙煎 1階

を供給する。 し、日本市場向 回、量り売りも行ってい ラフトカクテルやワイ煎機2基を設置 ロースタリーで豆を巡 リビアーモ バー」はク重視。店内に焙 円。これらは世界5店の 3階のカクテルバー「ア けに年間8万㎏

などにより ング施設にもなる。 ヒーの専門的なトレーニ

体験ができ プレスカンファレンスを スターバックフェーヒータスを優し、「液体塩こうじ」の海したり。 スターバックフェーヒータスを別し、「液体塩こうじ」の海外売上でき、プレスカンファレンスをい、各階のテラスを緩側、外展開は、15年にハナマでき、プレスカンファレンスをい、各階のテラスを緩側、外展開は、15年にハナマにき、プレスカンファレンスをい、各階のテラスを緩側、外展開は、15年にハナマにき、プレスカンファレンスをい、各階のテラスを緩側、外展開は、15年にハナマにき、プレスカンファレンスをい、各階のテラスを緩側、外展開は、15年にハナマにき、アロバーロットでは、アログルでは、アログルでは、アロバーロットでは、アログでは、アロバーロットでは、アロバーロットでは、アロバーロットでは、アロバーロットでは、アログルでは、アログルーのでは、アログル り、コミュニティーとの熱、お客さまとのつなが

た。工場と店が融合した | 語った。 つながりを重視してき | ンスを提供する | |のコーヒーエクスペリエ|年)となっている。

インドネシアで特許 「液体塩こうじ」アジア拡大

> じ」を使ったオリジナル トランで「液体塩こう

アなどで採用が始まり、 ノランスでは三ツ星レス

米国、欧州、東南アジ

カバー率などでは、今年

ルド麺市場に君臨する 発売31年目を迎え即食チ

ハナマルキ

料である ある塩こうじを独自製法の伝統調味 は、日本の伝統調味料で より、日本 | した「液体塩こうじ」 「塩こう

| セミLL商品で3社揃い | ド麺市場は、関係者の想 | 米国、台湾に続き、イン | せ、さらなる可能性を追日)といったように、圏 タイプからのシフトが加 ど、同社の注力商品 | 液 のインドネシア展開を始らいったように、圏 タイプからのシフトが加 ど、同社の注力商品 | 液 のインドネシア展開を始いている。 ハナマルキはこのほ | じ」と「液体塩こうじ」

で液体化した。従来のペ|荷する予定だ。 を背景に今年1月から夕により展開された。拡大

「農村漁村の郷土料理 コントラストが見事。 この料理は く、ピンク色のすし飯があった。 びらのぼかしが美し 食べる機会 とほうれん草の緑色の 花の図柄の太巻きは、目の華やかさだ。桃の た代表的な文様で、 極細巻きの手法を使っ 目の華やかさだ。

料の鶏卵や具となる葉 て考えられ、伝えられ戸前海苔、卵焼きの材 が農家の奥さんによっ 料理だ▼千葉県は全国 はないか▼会合では千 会の龍崎英子さんが 葉県伝統郷土料理研究 味も伝統料理でありな も十分満足できるので がら今の若者が食べて 「重要なのはこの料理

り、この千葉のコメと、有数のコメどころであ 葉の恵みをたっぷり使 -東京湾で養殖された江 お祝いごとには欠かせ 百選」に選ばれており、 物野菜や漬物など、千 逆光線 てきたことだ」と熱弁 元の人が生かして華や した。地元の食材を地

は に 者工し、 今年末から出 で 製造する専用工場の新設 一 イで「液体塩こうじ」を

私たちだからこその、 使命があります。 食の安全・安心をしっかりと支えること。 三菱食品が担う使命は食品流通の枠を

食と暮らしの明日を創造する中核企業 として、強いネットワークカで、革新の 提案力で、私たちだからこその使命を、



フォカッチャなどととも | 各店に出荷。「リザー供。ピッツァやサラダ、 包装し物流センターからレッドを焼きたてで提 | ラインがあり、焙煎豆を

た。3月1日付。 田尚也営業部長が就任し 展開するビオセボン・ジ ンリテール入社。 まいば歳。 2015年1月イオ 18日生まれ、現在35

🙏 三菱食品